

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	7
ГЛАВА 1. ОТ ИДЕИ ДО ЛОГЛАЙНА	8
НЕМНОГО ИСТОРИИ	10
ОПРЕДЕЛЯЕМСЯ С ПОНЯТИЯМИ	11
САМ СЕБЕ МЕНЕДЖЕР	14
МИРОПОРЯДОК И УЛУЧШЕНИЕ МИРА	17
ВКЛЮЧАЕМ ДУШУ	18
КТО ТАКОЙ СЦЕНАРИСТ	19
ТРУДНО БЫТЬ БОГОМ	21
БАЛАНС В ДРАМАТУРГИИ	22
ЗА ЧТО ВЗЯТЬСЯ?	27
ЧТО НУЖНО ДЛЯ СОЗДАНИЯ ИСТОРИИ?	29
СВЕРХИДЕЯ	31
ЖАНР, ТЕМА, МЕСТО И ВРЕМЯ	39
ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ	40
КАК ПРИВЯЗАТЬ ЗРИТЕЛЯ К ГЕРОЮ?	54
СОСТОЯНИЕ ПОКОЯ ГЛАВНОГО ГЕРОЯ	57
КОНФЛИКТ	61
ВИДЫ КОНФЛИКТОВ	67

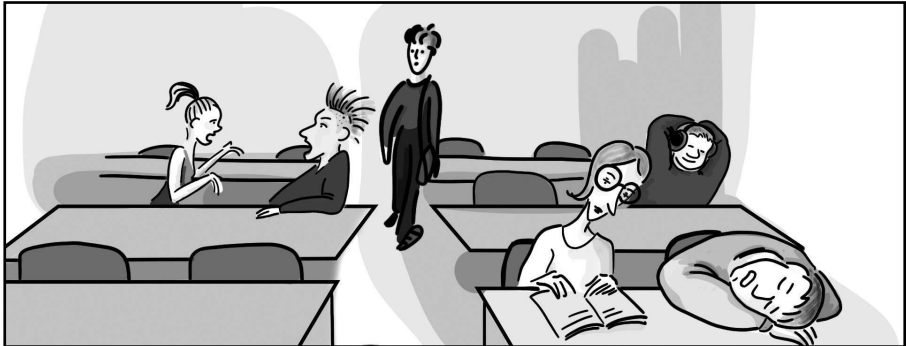
ВКЛЮЧИ РЕЖИМ БОГА: КАК ВДОХНУТЬ ЖИЗНЬ В СЦЕНАРИЙ

АНТАГОНИСТ	69
ЛОГЛАЙН	72
ПОДВОДИМ ИТОГИ	75
ГЛАВА 2. СТРОИМ ИСТОРИЮ	78
ПЯТЬ ЭЛЕМЕНТОВ ДРАМЫ	80
ВИДЫ ФИНАЛА	99
КРАТКИЙ И ОБЫЧНЫЙ СИНОПСИС	104
ПЕРСОНАЖИ	108
СЮЖЕТ И ФАБУЛА	120
ТРИТМЕНТ (РАСШИРЕННЫЙ СИНОПСИС)	124
УНИВЕРСАЛЬНАЯ СТРУКТУРА СЦЕНАРИЯ	126
ПОДВОДИМ ИТОГИ	136
ГЛАВА 3. ДЕЙСТВИЯ И РЕЧЬ	138
ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ СЦЕНАРИСТА	140
КАДРЫ, СЦЕНЫ, ЭПИЗОДЫ	149
ПОЭПИЗОДНИК	155
ВИДЫ РЕЧИ В СЦЕНАРИИ	161
ДиалогИ и ПРАВИЛА ДОБАВЛЕНИЯ РЕЧИ	164
МОНОЛОГИ	178
ПОДВОДИМ ИТОГИ	193
ГЛАВА 4. ПИШЕМ ЛИТЕРАТУРНЫЙ СЦЕНАРИЙ	194
ПИШЕМ ЛИТЕРАТУРНЫЙ СЦЕНАРИЙ	196
ОСОБЕННОСТИ ДРАМАТУРГИИ РАЗНЫХ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ	231

Содержание

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ШПАРГАЛКА	252
ПОДВОДИМ ИТОГИ	254
ГЛАВА 5. ЖАНРЫ И СЮЖЕТЫ	256
ОСОБЕННОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ЖАНРОВ	258
ВИДЫ СЮЖЕТОВ	287
ПОДВОДИМ ИТОГИ	299
КРЫША. Раскадровка	301
Глава 6. В ПОМОЩЬ СЦЕНАРИСТУ	306
АНАЛИЗ	308
ДЕЙСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ	309
ТРИ ПЛАСТА ИСТОРИИ	320
ПУТЬ РАЗВИТИЯ ДРАМЫ	326
ФЕСТИВАЛИ	357
ПОДВОДИМ ИТОГИ	363
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	364
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	366
ПРИЛОЖЕНИЯ	368





ПРЕДИСЛОВИЕ

Казалось бы, что в этом такого сложного — **НАПИСАТЬ СЦЕНАРИЙ**? Каждый день с нами что-нибудь случается. Историй вокруг множество. Почему бы просто не записать одну из них? Если попробовать, то текст получится однозначно, а вот интересный и увлекательный сценарий — вряд ли.

В ЧЕМ ЖЕ ДЕЛО? Что делает сценарий сценарием? Что нужно знать для того, чтобы его написать? Какие секреты и правила скрывает такой предмет, как сценарное мастерство? Ответам на эти вопросы и посвящено данное учебное пособие.

На страницах этой книги вас ждет увлекательное путешествие в **МИР ДРАМАТУРГИИ**. Мы с вами будем говорить о тех сценариях, которые пишутся для съемки **АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ**: игровых и документальных фильмов, сериалов, сюжетов, очерков и т. д. Вы узнаете:

- что лежит в основе всех историй;
- что такое сверхидея и откуда ее взять;
- почему без конфликта нельзя;
- как заставить зрителя сопереживать вашему герою;
- какие хитрости и приемы используются в разных жанрах.

Также вы научитесь распознавать особенности различных **драматургических конструкций** на примере **РАЗБОРА** известных фильмов, сможете написать и правильно оформить свой собственный **ЛИТЕРАТУРНЫЙ СЦЕНАРИЙ**, а также **ЛОГЛАЙН**, **СИНОПСИС** (краткий и расширенный) и **ПОЭПИЗОДНЫЙ ПЛАН** к нему. Вы познакомитесь с историей развития драмы и узнаете много любопытных фактов, связанных с миром кино.

Надеемся, что этот путь будет для вас познавательным и интересным! Осталось лишь перевернуть страницу и двинуться вперед!

ГЛАВА 1

Начало пути

**ОТ ИДЕИ
ДО ЛОГЛАЙНА**





НЕМНОГО ИСТОРИИ

Как нетрудно догадаться, слово **СЦЕНАРИЙ** образовано от слова **сцена** (с древнегреческого **skene** — шатер, палатка). И действительно, первыми сценарии стали записывать актеры **КОМЕДИИ ДЕЛЬ АРТЕ**¹, для того чтобы **кратко изложить события**, которые совершались на **сцене** по ходу действия их спектаклей.

Сначала они фиксировали только состав масок, основные повороты сюжета и темы своих представлений, потом стали добавлять монологи и диалоги.

В 1611 году **Фламинио Скала**, актер *комедии дель арте*, выпустил **ПЕРВЫЙ СБОРНИК СЦЕНАРИЕВ**, в котором было более **50 комедий** и одна трагедия.

С тех пор прошло много времени: на смену господствующим трагедиям и комедиям пришла драма, появились кино и телевидение, выработался **особый формат** и правила написания сценариев аудиовизуальных продуктов.

ЧТО ЖЕ ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ СОВРЕМЕННЫЙ СЦЕНАРИЙ?



¹ Комедия **масок**, появившаяся в Италии в середине XVI века.

ОПРЕДЕЛЯЕМСЯ С ПОНЯТИЯМИ

Заглянем в словарь:

СЦЕНАРИЙ — это драматическое произведение с подробным описанием действия и реплик, предназначенное для создания кино- или телефильма.

Толковый словарь Ожегова



ИНТ. ГОСТИНАЯ — ДЕНЬ

Молодая девушка, **КЕЙСИ БЕКЕР**, подносит трубку к уху. Ей не больше шестнадцати. Приветливое личико с невинными глазками.

КЕЙСИ
Алло?

МУЖСКОЙ ГОЛОС
(из трубки)
Привет.

Это пример текстового отрывка из **ЛИТЕРАТУРНОГО СЦЕНАРИЯ**. Как видите, литературный сценарий — это **подробнейшее описание** будущего фильма. В нем последовательно описывается, что каждый персонаж **делает** (ДЕЙСТВИЯ), **говорит** (РЕПЛИКИ), **как** он говорит (РЕМАРКИ), **где** (ЛОКАЦИЯ) и **когда** (ВРЕМЯ) это происходит.

ВКЛЮЧИ РЕЖИМ БОГА: КАК ВДОХНУТЬ ЖИЗНЬ В СЦЕНАРИЙ

Литературный сценарий в таком виде обычно пишется для **ИГРОВЫХ ФИЛЬМОВ**. На **телевидении** своя специфика записи сценариев, о которой мы поговорим отдельно. Сценарии **документальных работ** также имеют свои особенности: изначально делается *набросок* (продумывается драматургия истории), затем снимается и расшифровывается материал, и только потом из него выстраивается готовый сценарий.

Помимо литературного сценария **АВТОР** обычно пишет и **ДРУГИЕ СЦЕНАРНЫЕ ФОРМЫ** по своей истории, которые мы также подробно разберем:

- **ЛОГЛАЙН** — 25 слов, которые выражают **идею истории**;
- **КРАТКИЙ СИНОПСИС** — четыре предложения, в которых **кратко** сформулирована **драматургия всей истории**;
- **СИНОПСИС** — полстраницы текста, в которых **более подробно** сформулирована **драматургия всей истории**;
- **РАСШИРЕННЫЙ СИНОПСИС** — несколько страниц с **подробным** описанием истории и всех **сюжетных линий**, из которых становится понятен **масштаб съемок**;
- **ПОЭПИЗОДНЫЙ ПЛАН** — подробное и точное описание всех **действий** в истории **без реплик** персонажей.

**ТАКИМ ОБРАЗОМ, НА ОДНУ ИСТОРИЮ
ПОЛУЧАЕТСЯ ЦЕЛЫХ ШЕСТЬ РАЗЛИЧНЫХ
СЦЕНАРНЫХ ФОРМ.**

Все **сценарные формы** пишутся и оформляются по **ЧЕТКИМ ПРАВИЛАМ**, которые приняты в профессиональной среде и о которых мы будем говорить с вами далее.





ВКЛЮЧИ РЕЖИМ БОГА: КАК ВДОХНУТЬ ЖИЗНЬ В СЦЕНАРИЙ

НАГРАЖДАЙТЕ СЕБЯ

Вообще, чтобы чувствовать себя реализованным в любой профессии, важно, чтобы **продукт вашей работы был ОЦЕНЕН**.

Работа **СЦЕНАРИСТА** — это **особенный случай**. Дело в том, что в этой профессии постоянно и одновременно нужно работать и **ДУШОЙ**, и **ГОЛОВОЙ**: **напрягать мозг**, чтобы он выдавал новые порции мыслей и текста, и **внутренне проживать** эти мысли и слова, чтобы точно все прописать. После такой работы у любого организма происходит **СИЛЬНОЕ ОПУСТОШЕНИЕ**.

И вот здесь случается самое интересное. Так уж устроен человеческий мозг, что **БЕЗ КОМПЕНСАЦИИ И НАГРАДЫ ЗА ПРОДЕЛАННУЮ РАБОТУ ОН ПЕРЕСТАЕТ БЫТЬ ПРОДУКТИВНЫМ**, начинает лениться и не хочет выдавать творческий продукт дальше. Поэтому так важно, чтобы результат работы был **оценен** в достаточной для вас степени. Это может быть **ДОХОД** от продажи вашего продукта, размещения контента на YouTube либо **УСПЕХ** и какие-то **ПРИЗЫ** на фестивалях. **Награда за труд непременно должна в каком-то виде случиться**.

**ИЗНАЧАЛЬНО НАСТРОЙТЕСЬ НА ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ,
ИНАЧЕ ПРОДУКТИВНОСТЬ БЫСТРО СОЙДЕТ НА НЕТ.**

САМ СЕБЕ МЕНЕДЖЕР

Настроиться на вознаграждение — это, конечно, важно, но **ГДЕ ЭТО ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ ВЫДАЮТ?**

Любому творческому человеку в современном мире нужно быть **немного МЕНЕДЖЕРОМ**, чтобы **СПЛАНИРОВАТЬ ДАЛЬНЕЙШЕЕ ПРОДВИЖЕНИЕ СВОЕГО СЦЕНАРИЯ**.

**ПРЕЖДЕ ЧЕМ САДИТЬСЯ ЧТО-ЛИБО ПИСАТЬ,
ХОРОШЕНЬКО ПОДУМАЙТЕ, ЧТО ВЫ С ЭТИМ
ПОТОМ БУДЕТЕ ДЕЛАТЬ.**

Очевидно, что любой **сценарий аудиовизуального продукта** пишется для того, чтобы впоследствии **ПО НЕМУ СНЯЛИ** этот самый **АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ** (фильм, программу, сериал и т. д.). Возможно, что снимать будете вы сами: тогда ваш конечный продукт — **ГОТОВЫЙ ФИЛЬМ**. Если вы сами снимать не собираетесь, тогда ваш конечный продукт — **ЛИТЕРАТУРНЫЙ СЦЕНАРИЙ**. И с тем, и с другим нужно что-то делать. **ЧТО?**

ЕСЛИ ВЫ НЕ СНИМАЕТЕ САМИ

Тогда вам нужно успешно **ПРОДАТЬ СВОЙ СЦЕНАРИЙ**. Для этого следует найти **ПРОИЗВОДИТЕЛЯ** или **ПРОДЮСЕРСКУЮ КОМПАНИЮ** и заинтересовать их своим материалом.

Весь сценарий сразу никто читать не будет. Поэтому надо **ЗАЦЕПИТЬ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ЗАКАЗЧИКА** сначала **логлайном**, потом **кратким** и **расширенным синопсисом**, потом прислать **поэпизодник** и только после этого **литературный сценарий**.

Чтобы материал был заказчику **ИНТЕРЕСЕН**, чтобы не остаться один на один с написанной историей, важно **САМОМУ** подумать над следующими вопросами:

1. Может ли возникнуть **СПРОС** на задуманную вами историю (тему, жанр)? Насколько он велик?
2. **КОМУ** (какой **целевой аудитории**) могла бы быть интересна ваша история?
3. На каком **ТВ-КАНАЛЕ** подобное кино (программу, сериал и т. д.) можно было бы показать? *(Если вы планируете продвигать свою историю на ТВ.)*

Написание **сценария ТВ-продукта** подразумевает, что вы изначально будете делать его под **определенный ТВ-канал**. В этом случае вам нужно подгонять историю под **очень жесткий формат**, учитывать особенности телеканала, его целевую аудиторию, возможные тайм-слоты и т. д.

Если вы будете писать сценарий для съемки фильма, который впоследствии **отправится на фестиваль**, или для съемки программы на

ВКЛЮЧИ РЕЖИМ БОГА: КАК ВДОХНУТЬ ЖИЗНЬ В СЦЕНАРИЙ

YouTube, то у вас имеется большая творческая свобода. Однако не стоит пренебрегать такими факторами, как **зрительский интерес** и **актуальность темы**.

ЕСЛИ ВЫ СНИМАЕТЕ САМИ

Если сценарист еще и **САМ СЕБЕ РЕЖИССЕР**, то он может **САМОСТОЯТЕЛЬНО СНЯТЬ** фильм по своему сценарию. Очевидно, что это влечет за собой ряд **ЗАТРАТ** (*снимать кино — дело недешевое*). В этом случае важно понять, **ЗА ЧЕЙ СЧЕТ БУДЕТ СНИМАТЬСЯ ФИЛЬМ**:

- либо вы найдете **ПРОДЮСЕРА**;
- либо снимете продукт **ЗА СВОЙ СЧЕТ**.

В случае с продюсером **ЕГО ОПЯТЬ ЖЕ НУЖНО БУДЕТ ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ ВАШИМ СЦЕНАРИЕМ**.

В случае самостоятельной съемки и продвижения вам следует решить, **ЧТО ВЫ БУДЕТЕ ДЕЛАТЬ С ГОТОВЫМ ФИЛЬМОМ**:

1. На какие **фестивали**¹ вы его отправите, какие там есть призы и возможности продвижения.
2. Будете ли вы монетизировать его на **YouTube**.
3. Собираетесь ли вы продавать свой продукт на **ТВ-канал**.



Все эти рассуждения могут показаться вам чересчур сложными, рациональными и ограничивающими творческое вдохновение. Однако речь здесь идет о **ПРАВИЛАХ, существующих в кинематографическом и теле-**

¹ Тема фестивалей будет подробно рассмотрена в конце пособия.